

РАЗДЕЛ 6.

АКТУАЛЬНЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ СМИ

Булатова Э. В., Гагарина А. И.

СПЕЦИФИКА КРЕОЛИЗОВАННЫХ МЕДИАТЕКСТОВ О СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЯХ В ЖУРНАЛЕ «РУССКИЙ РЕПОРТЕР»

Современную аудиторию более привлекает информация увиденная, чем услышанная или прочитанная, так как первая имеет большую скорость восприятия и обладает эффектом достоверности. Печатные СМИ учитывают эту тенденцию, стремятся удержать внимание читателя, в том числе за счет изображений, фотографий. Тексты, содержащие такие иконические элементы, получили название креолизovaných.

В креолизованном медийном тексте отношения между вербальными и визуальными компонентами могут иметь разный характер. Во-первых, изображение может играть вспомогательную роль, его функция может состоять лишь в наглядном представлении некоторых высказанных автором положений. В этом случае перед нами журналистский иллюстрированный текст. Во-вторых, изображение может играть ведущую роль, являясь главным средством выражения основных элементов смысловой структуры текста. В этом случае перед нами фотожурналистский материал. В исследовательской литературе понятия «журналистика» и «фотожурналистика» определяются следующим образом: журналистика – это общественная деятельность по сбору, обработке и периодическому распространению актуальной социальной информации (через печать, радио, телевидение, кино и т. д.) [3, с. 26]. А фотожурналистика – это особая форма журналистики, использующая фотографию в качестве основного средства выражения [2, с. 5–7].

По замечанию Л. М. Майдановой, одним из важнейших требований, предъявляемых к текстам газетно-публицистической сферы, является требование выразительности, потому что подобные тексты «призваны воздействовать не только на ум и волю, но и на эмоции адресата», причем влияние текста на эмоции автоматически усиливает воздействие на ум и волю [4, с. 57]. При этом воздействие текста на эмоции может быть как положительным, так и

отрицательным. Негативные чувства (страх, переживание (стресс), ужас, злость, грусть и т. п.) отрицательно сказываются на настроении читателя. Мы склонны полагать, что подобного рода влияние может оказаться травмирующим для человека.

В Словаре русского языка понятие «травма» во втором значении трактуется как «нервное потрясение», а действие, направленное на «вывод из душевного равновесия», передается глаголом «травмировать» [5, с. 395]. В. М. Амиров предложил использовать для анализа такого вида воздействия журналистских материалов понятие «травмогенности»: «Делая читателя и зрителя свидетелем происходящего, СМИ распространяют на него стресс, который часто становится источником психической травмы или посттравматического стрессового расстройства» [1, с. 19–21]. К факторам, усиливающим травмогенность, исследователь относит показ человека «врасплох» в момент острого горя или отчаяния, изображение человека или группы лиц в состоянии паники, акцент на чувстве страха и беспомощности, изображение ситуации безысходности, акцент на жертвах, а не на спасенных и пр. К факторам, снижающим травмогенность, – примеры стойкости и мужества людей, попавших в экстремальную ситуацию, акцент на активных действиях по разрешению ситуации, примеры героизма, помощи жертвам или демонстрации желания помочь и пр. [там же].

Важно отметить, что мы не ставили перед собой задачу отследить динамику чувств и степень травмированности реципиента при восприятии текста. Мы оценивали организацию эмоционально-оценочной стороны текста, определяли наличие в тексте факторов, повышающих и снижающих травмогенность, и с помощью метода опроса выявляли впечатления, сложившиеся о тексте у читателя.

Для анализа были отобраны материалы журнала «Русский репортер» («РР») за 2013–2014 годы, посвященные теме стихийных бедствий. При их рассмотрении нами были выявлены следующие общие особенности представления подобных тем в указанном журнале:

1. Редакция журнала «РР» большинство стихийных происшествий описала в жанре хроникальных фотозаметок в рубрике «Фото дня». Развернутые материалы (репортажи и фоторепортажи) о бедствиях представлены только по событиям в Хабаровском крае.

2. В медиатекстах, в которых используются фотоматериалы зарубежных фотографов, в центре внимания оказывается человек, причем герои находятся «в динамике», в движении, позволяющем передать драматизм происходящего. У российских же фотографов изображения более статичны: как правило, на фотографиях показаны пейзажи, которые отображают масштабы произошедшего, а

человек чаще позирует либо спокойно занимается повседневными делами.

На основании анализа материалов анкетирования (в исследовании принимало участие 50 человек) были сделаны следующие выводы:

1) Интерес, страх и переживания – основные чувства реципиентов, появившиеся при восприятии креолизованного текста о стихийном бедствии.

2) Фотографические изображения вызвали значительно больший интерес у аудитории, чем вербальный текст.

3) Участники исследования очень внимательно рассматривали фотографии. В большинстве анкет реципиенты пытались не только описывать общую обстановку и детали, но и выстроить целый сюжет происходящего на фотоизображениях.

4) 58 % респондентов сочли фотографии необходимым элементом представленного материала, так как они, по мнению опрошенных, более ярко показывают масштаб произошедшего.

Основные эмоции, которые отмечали участники анкетирования: интерес, страх и сопереживание – варьируются между собой при восприятии фотографий и вербальной части, но остаются на первых позициях в обоих случаях. Указанные эмоции возникают за счет действия эффектов напряжения и конвергенции, которые формируют эмоциогенные ситуации новизны, препятствия и заражения эмоциями. Страх и сопереживание нельзя отнести к положительным чувствам, поэтому мы можем говорить о некоторой степени травмогенности представленных материалов.

В целом, можно заключить, что

1) передача эмоций в креолизованных медиатекстах может осуществляться: а) через вербальный компонент, посредством композиционных и языковых приемов экспрессии; б) через визуальный компонент, за счет запечатления драматических событий, а также людей, оказавшихся в экстремальной ситуации, их эмоций и действий; в) комплексно, посредством вербальных и визуальных компонентов.

2) В журналистских фотозаметках:

а) вербальная часть связана с изображением, без которого смысл текста будет не ясен, отношениями взаимозависимости.

б) Несмотря на лаконичность представления информации в тексте такого жанра могут присутствовать различные приемы экспрессии, которые могут реализовываться за счет вербального и визуального элементов.

в) Факторы травмогенности в фотозаметках «Русского репортажа», посвященных теме стихийных бедствий, чаще незначительны и

создаются преимущественно за счет коннотативного смысла визуального компонента.

3. В фоторепортажах указанной тематики:

а) взаимодействие текста и изображения формирует полную креолизацию материала.

б) Вербальный компонент, взаимодействуя с фотографией, выполняет комментирующую функцию.

в) Факторы травмогенности так же умеренны, как и в фотозаметках, и чаще реализуются посредством коннотативного смысла изображений.

5. В репортажах:

а) в вербальной части текста эмоциогенность достигается за счет использования автором языковых и композиционных приемов экспрессии.

б) Фотографические изображения выполняют иллюстративную функцию в тексте.

в) В тексте формируется частичная креолизация, и визуальный компонент может быть заменен (одна фотография может быть заменена другой) или удален.

г) Травмогенные факторы в репортаже реализуются в первую очередь посредством вербального текста.

д) Факторы, повышающие травмогенность, «уравновешиваются» факторами, снижающими ее.

В фотозаметке и фоторепортаже основную экспрессивную функцию выполняет изображение, вербальный текст лишь комментирует его, информируя читателя о запечатленном факте. В репортаже ситуация кардинально иная. Основная экспрессивная нагрузка ложится на вербальную составляющую, фотографии в основном выполняют функцию иллюстрации. Репортажный текст настолько насыщен композиционными и языковыми приемами экспрессии, что на «долю» фотографии остается сопровождающая роль. Фотографии автономны: не имеют тесной сюжетно-композиционной связи с материалом и вполне могут быть заменены на другие или удалены.

Опираясь на результаты анализа креолизированных медиатекстов и на данные исследования восприятия аудитории, мы можем сделать вывод, что фотография является одной из основных «приманок» для аудитории, которая активно участвует в процессе организации эмоционально-оценочной стороны креолизованного медиатекста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Амиров В. М. Журналистика экстремальных ситуаций : конспект лекций / Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, ф-т журналистики. Екатеринбург, 2008.

2. Березин В. М. Фотожурналистика : учеб. пособие. Москва, 2006.
3. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. Москва, 2001.
4. Майданова Л. М. Очерки по практической стилистике. Свердловск, 1987.
5. Словарь русского языка. Т. 4. С–Я / АН СССР, Ин-т рус. яз. ; под ред. А. П. Евгеньевой. 2-е изд., испр. и доп. Москва, 1984.

Войтик Е. А.

ПРАГМАТИКА ОТРАЖЕНИЯ ЗРЕЛИЩНОСТИ СПОРТА В ДИСКУРСЕ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ

В рамках спортивной медиакommunikации основными задачами массмедиа становятся: создание образа спортивной деятельности, ее познавательно-отражательных характеристик, формирование и выражение общественного мнения, общественного настроения по поводу тех или иных спортивных событий или явлений, выработка представлений о характере и особенностях развития того или иного вида спорта, создание имиджевого образа спортивных личностей, групп, организаций, создание модели поведения участников спортивной деятельности, околоспортивной общественности, различных аудиторных групп, системы управления и самоуправления сферой спорта. В каком-то смысле формируется тем самым отношение общества к спорту.

За счет поддержания интереса к спортивной сфере и в самой системе массмедиа происходит постоянная трансформация как на федеральном, так и на региональном уровне: вырабатываются разнообразие концепции и модели подачи информации о спорте в печатных изданиях, телерадиопрограммах, интернет-порталах (от общественно-политических до специализированных), удовлетворяющие потребительские запросы аудитории.

Среди многих применяемых в спортивной журналистике концепций, выделяется одна. Ее смысл представить спорт, точнее спортивное соревнование как зрелище. Это может касаться любого соревнования, даже проводимого в рамках сельского района, корпоративной организации и т. д. Здесь задачами журналиста является увлекательно и качественно представить само состязание, чтобы вызвать интерес аудитории не только к самому прошедшему событию, но и к тексту.

В чем же заключается феномен «зрелищность спорта»? Многие специалисты в области спорта и сами спортсмены отмечают, что зрелищность прежде всего основывается на остроте спортивной